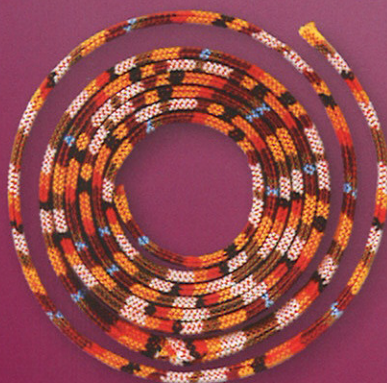


ORNARIS Bern, 14. – 16. August 2016

# ORNATIP

Das ORNARIS Messemagazin

Nr. 65



Exklusiv für  
Facheinkäufer!  
Kein Direktverkauf!

9 Trend: **Boom! Wow! Bang!** / 19–21 Serviceteil: **Ladengestaltung, richtig ausleuchten und «Cross Channel»** / 28 Sektor im Fokus: **Wohnaccessoires**

ORNARIS  
BE 14.–16.8.2016

FACHMESSE

TRENDS

NEUHEITEN

www.ornaris.ch



# KONSTANT IN BEWEGUNG

In meinem letzten Editorial zeigte ich auf, dass sich die ORNARIS immer wieder neu erfindet. Am besten liess sich dies am neuen Logo und Layout erkennen. Doch die Entwicklungsschritte machen wir auf allen Ebenen: Insbesondere hinter den Kulissen arbeiten wir mit Hochdruck an der Weiterentwicklung der ORNARIS, um zusätzliche Mehrwerte für Aussteller und Besucher zu schaffen.



**Dominique Lüthy**  
Messeleiter ORNARIS

wertvolle Tipps zu wirkungsvollen Rauminstallationen verrät. Oder erfahren Sie vom Beleuchtungsexperten, dass richtig Ausleuchten unterschiedliche Facetten beinhaltet. Führungslicht erfüllt andere Kriterien als erhellendes oder akzentuierendes Licht. Ein weiterer Artikel beleuchtet die Vielfalt der neuen Ladenlokale, von Pop-up-Stores bis hin zum Pick-up-Markt. Hier werden Sie in das «Cross Channeling» eingeführt, ein Schlagwort im Kontext von Ladenkonzepten der Zukunft.

Erkennen lässt sich dies zum Beispiel bei der Fortsetzung und dem weiteren Ausbau der Impulsreferate. Im Fachforum wird aufgezeigt, wie ein erfolgreicher Kundenumgang aussieht und mit welchen Möglichkeiten dieser in den Geschäftsalltag eingebunden werden kann. Wenn Kunden der Schlüssel für Umsatz sind, dann sorgen zufriedene Kunden für sehr guten und insbesondere wiederkehrenden Gewinn. Deshalb thematisiert die Sonderschau in Halle 3.2 das Thema «Gastgeberei im Fachhandel».

Auch der ORNATIP vermittelt Ihnen erneut «Insights». Diesmal geht es im Serviceteil unter anderem um die Ladenlokalgestaltung, wo Designer und Unternehmer Christian Paul Kägi

Unsere Anstrengungen tragen Früchte. So kehren Aussteller wie etwa Pilgrim, Veto, Locherer, Ines Bader oder Hermann Kuhn zurück an unsere Messe, ein positives Zeichen, über welches wir uns sehr freuen!

Auch wenn sich die Welt scheinbar immer schneller dreht: Wir sind bereit, diese Dynamik mitzugehen, und bieten Ihnen für Ihr Geschäft die richtigen Anregungen, Inhalte und vor allem Impulse!

Dominique Lüthy, Messeleiter ORNARIS

**ORNARIS**  
FACHMESSE  
TRENDS  
NEUHEITEN  
BE 14. - 16. 8. 2016

[www.ornaris.ch](http://www.ornaris.ch)

Medienpartner



Verbandspartner



## Messeinformationen

- 4 ORNARIS-News
- 4 Allgemeine Informationen
- 6 Sonderschau Gastgeberei
- 32 Ausstellerliste

## Trendtext

- 8 von Noémie Schwaller  
**BOOM! WOW! BANG!**

## Serviceseiten

- 19 Ladengestaltung  
**LÄDEN VON MORGEN GESTALTEN**
- 20 «Cross Channel»  
**VON POP-UP-STORE BIS PICK-UP-MARKT**
- 21 Richtig ausleuchten – mit LED  
**ERLEUCHTET**
- 22 Rahmenprogramm  
**FACHFORUM: EXPERTEN BEIM WORT NEHMEN**

## Highlights

- 11 Papeterie  
**RICHTIG PLATZIERT**
- 13 Floristik  
**STIMMIG**
- 15 Tisch, Küche und Haushalt  
**HOME SWEET HOME**
- 16 Schmuck, Mode und Modeaccessoires  
**EINE AUGENWEIDE**
- 17 Gourmet  
**WASSER IM MUND**

## ORNARIS-Starter

- 25 ORNA-START & PERSPEKTIVEN  
**BLICK IN DIE ZUKUNFT**

## Portraits

- 26 Lieblingsstücke der Facheinkäufer  
**FRÖHLICH, WERTIG, VIELSEITIG, POETISCH, BEGEISTERT, VERBLÜFFEND**
- 28 Sektor im Fokus: Wohnaccessoires  
**SWEET HOME**
- 30 Neue Aussteller  
**FRISCH UND EDEL**

## Impressum

**Herausgeber** BERNEXPO AG, ORNARIS, Postfach, CH-3000 Bern 22, ornaris@bernexpo.ch, www.ornaris.ch  
**Inserte** Marina Keller  
**Redaktion** Hochparterre AG: Lilia Glanzmann, Monika Widler  
**Layout und Druck** Stämpfli AG **Einzelverkaufspreis** CHF 6.50.



# BOOM! WOW! BANG!

**Der letzte Clou der Modewelt mag etwas kindisch anmuten, lässt aber schmunzeln: die Comic Prints. Wer es nicht ganz so poppig mag, beschränkt sich auf 50 Shades of Green – ein Trendbericht aus London.**

Text: Noémie Schwaller, Bilder: zVg



Mode widerspiegelt die Wünsche der Gesellschaft und steht oftmals ganz am Anfang der Kette: Was auf den Laufstegen zu sehen ist, überträgt sich später etwa auf die Möbelbranche und schliesslich auf unseren Alltag. Nach der Schlichtheit der letzten Jahre, die sich nordisch kühl, mit grossflächigem Colour Blocking und in unifarbene Looks zeigte, ertönt nun der Ruf nach etwas Verrücktheit.

Von den 1001 Dalmatinern über Superman zu Susi und Strolch – der neuste Cartoon-Hype birgt Designs, die schmunzeln lassen. Ganz vorne dabei ist die britische Designerin Anya Hindmarch mit bunten Aufern und einem Kellogg's Frosties Tiger, der hinter ihren Designs hervorlugt. Moschino eröffnet mit Powerpuff-Girls-Pullovern, Handtaschen und Handyhüllen eine bunte, aber stylische Welt. Lustige Taschen findet man beim Hamburger Label House of Cases, etwa eine weisse Leder-Clutch mit überdimensionaler, knallig-roter Lippe darauf. Und Karl Lagerfeld lässt sich und seine fast ebenso bekannte Katze Choupette karikieren und auf Accessoires und T-Shirts seiner neuen Kollektion platzieren.

Eine Hommage an das Pop-Art-Candy-Girl von Roy Lichtenstein schliesslich ist die Clutch des New Yorker Modedesigners Phillip Lim, während das Pariser Label Olympia Le-Tan Susi-und-Strolch-bestückte Baumwoll-Clutches sowie wildlederbesetzte, bestückte Dornröschen-Umhängetaschen offeriert. Im Schuhbereich sind die Superman Chucks von Converse ein Renner. Auch Vans hat sich dem Comictrend verschrieben und die «Young at Heart»-Kollektion Alice im Wunderland gewidmet – es wird in die Kindheit gezappt, was das Zeug hält.

## Grüner als grün

Wer es nicht ganz so poppig mag, beschränkt sich auf 50 Shades of Green: Der Back-to-nature-Trend geht Hand in Hand mit Grün, der Farbe der kommenden Saison. In diversen Lifestylebereichen steht geblühtes und mit Blättern dekoriertes gross an. Insbesondere Mintgrün blüht auf. Ob als dualer Ton an Holzstühlen, Grundfarbe von gemusterter Keramik, bemalten Eierbechern oder als Tapete – die dezente Farbe setzt frische Akzente. Naturinspiert sind auch die floralen Textilien von Jakob Schläpfer, während es bei Polstern von Bischoff Gross AG ganze Baum-silhouetten sind. Bei Filzform dominiert der Hirschkopf als Sujet, und Art of Scent lässt



Clutch und Umhängetaschen von House of Cases und Olympia Le-Tan.



sich für ihre Duftkreationen von den Bergen inspirieren.

Im Innenausbereich bieten die Designer grossblättrige Prints für Überzugstoffe, Tapeten oder Kissen und florale Muster für Keramik- und Gartenobjekte. So finden wir delikat verzierte Porzellantassen oder Bettwäsche für ein frisches Schlafgefühl – wie auf Blumen gebettet. Bei reistenthel tendiert das Grün zu einem Kiwi-Khaki, das in paradiesischer Manier von Guccis Wildtieren und Blumen aufgenommen wird.

In der Mode findet sich Florales etwa bei Burberry oder Hermès, und Thakoon Panichguls einfache Schnitte mit unruhigen Prints sind Lady Michelle Obamas Lieblinge. La Perla lanciert sogar ein mit echten Federn bestücktes Lingerieset, hält aber für weniger Wagemutige auch einen mit Federsujet bedruckten Badeanzug parat.

Ein interessanter Floristiktrend schliesslich stammt aus Brasilien: Das «Flo Atelier Botânico» – Akronym für For Lovers Only – ist eine von Blumenläden im Pariser Marais

#### Zur Autorin

Noémie Schwaller zog es von Zürich über Paris, Wien und Auckland nach London, wo sie 2012 das Modemagazin DASH gründet. Sie arbeitet zudem in der Onlineredaktion von Jelmoli, schreibt für diverse Publikationen wie die Sonntags-Zeitung und unterrichtet Fashion Styling am Istituto Marangoni London. Sitzt sie mal nicht vor dem Bildschirm oder im Flugzeug, rennt Noémie durch den Wald, überlässt ihren Gedankenfluss einem Glas Rotwein oder findet wieder mal zu einer neuen Haarfarbe.

Noémie Schwaller spricht am Fachforum zu aktuellen Trends aus London, mehr dazu auf Seite 22.



Das Flo Atelier Botânico in São Paulo.

inspirierte, konzeptuelle Blumenboutique. Ein altes Gewächshaus in São Paulo, das zum Büro und dann wieder zum Gartenhaus umfunktioniert wurde, ist nun voller einzigartiger Terrarien, blumig duftender Raumsprays und sorgfältig arrangierter Bouquets.

Green does it better: Ob durch lokale Ware, nachhaltige Produktion, vegane Küche und Bekleidung oder einfach den morgendlichen grünen Smoothie – eine Trendwelle, die hoffentlich nicht so schnell verebbt.